



**You have downloaded a document from  
RE-BUS  
repository of the University of Silesia in Katowice**

**Title:** Między galerią handlową, ratuszem i bazyliką : miejsca charakterystyczne centrów śląskich miast w percepcji społecznej

**Author:** Krzysztof Bierwiazzonek

**Citation style:** Bierwiazzonek Krzysztof. (2010). Między galerią handlową, ratuszem i bazyliką : miejsca charakterystyczne centrów śląskich miast w percepcji społecznej."Studia Etnologiczne i Antropologiczne" (T. 10 (2010), s. 177-188).



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIWERSYTET ŚLĄSKI  
W KATOWICACH



Biblioteka  
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

**Krzysztof Bierwiazzonek**

Uniwersytet Śląski w Katowicach  
Instytut Socjologii

## **Między galerią handlową, ratuszem i bazyliką Miejsca charakterystyczne centrów śląskich miast w percepcji społecznej**

Centrum można uznać za jedną z najbardziej uniwersalnych kategorii myśli ludzkiej. Centrum jest bowiem, jak zauważają Bohdan Jałowiecki i Marek S. Szczepański, jednym z archetypów przestrzennych, a więc takich kategorii, według których człowiek porządkuje postrzeganie przestrzeni<sup>1</sup>. Ponadto, jak stwierdza Christian Norberg-Schulz, człowiek ma silną potrzebę posiadania centrum. „Ta potrzeba jest tak silna, że od niepamiętnych czasów człowiek myślał o całym świecie, jako o czymś posiadającym środek”<sup>2</sup>. Ów środek najczęściej miał charakter *sacrum*<sup>3</sup>.

Środek ważny był nie tylko dla postrzegania świata globalnego, ale też dla percepcji i waloryzacji świata lokalnego, bliższego. Takim światem lokalnym mogła być wieś, w której środek najczęściej wyznaczało miejsce święte (w kulturze chrześcijańskiej Europy był to kościół, ale w innych kulturach w centrum także znajdowała się przestrzeń o charakterze sakralnym). Takim światem było też miasto. W średniowiecznym mieście europejskim ten środek był wyraźnie widoczny. „Miasto miało wyraźnie wyodrębnione centrum. Tworzyły je świątynia i zamek lub

---

<sup>1</sup> B. Jałowiecki, M.S. Szczepański: *Miasto i przestrzeń w perspektywie socjologicznej*. Warszawa 2002, s. 331.

<sup>2</sup> Ch. Norberg-Schulz: *Bycie, przestrzeń architektura*. Warszawa 2000, s. 18.

<sup>3</sup> M. Eliade: *Sacrum – mit – historia*. Warszawa 1974, s. 49–51.

ratusz, które najczęściej stały naprzeciw siebie lub obok siebie, a wokół nich lub między nimi była przestrzeń wolna i zabudowana, stanowiąca rynek. Tak zaplanowane centrum było punktem odniesienia. Było osią miasta. Tu krzyżowały się sfery ziemskie i niebieskie, ludzkie i boskie, *sacrum i profanum*<sup>4</sup>. Powstałe wówczas miasta nierzadko przetrwały do dnia dzisiejszego. W takich miastach najczęściej rynek i jego okolice dalej wyznaczają miejskie centrum. Jak zauważa Charles Landry, wokół rynku znajdować się powinny obiekty symbolizujące cztery najważniejsze miejskie siły: duchową (którą w kulturze europejskiej najczęściej reprezentował kościół), wiedzy i kultury (którą symbolizowały muzeum, biblioteka lub uniwersytet), władzy (wyrażał ją miejski ratusz lub zamek) i pieniądza (przedstawiał ją dom handlowy)<sup>5</sup>. Tak właśnie zorganizowana jest przestrzeń przy centralnym placu w podziwianej przez Landry'ego Sienie.

Już cytowane uwagi Landry'ego pokazują, że centrum miasta powinno być przestrzenią nasyconą symboliką. To także jedna z cech centrum dla Aleksandra Wallisa — autora klasycznej już analizy centrum miasta, zawartej w książce *Informacja i gwar*. Pokazuje on, że centrum, oprócz innych cech, powinno stanowić obszar odrębny pod względem wartości architektonicznych<sup>6</sup>. Ponadto, według Wallisa, dobrze funkcjonujące i ukształtowane centrum miasta średniej wielkości to obszar kulturowy, który z definicji także nasycony jest wartościami symbolicznymi, a dodatkowo jeszcze stanowi podstawę integracji zbiorowości miejskiej i identyfikacji mieszkańców z miastem<sup>7</sup>.

Wszystkie te uwagi świadczą o znaczeniu centrum dla miasta i szczególnie dla jego mieszkańców. Należy bowiem pamiętać, że najlepiej nawet urządzona przestrzeń urbanistyczna bez mieszkańców pozostanie martwa. Ważna więc wydaje się społeczna percepcja centrum i jej przestrzeni charakterystycznych, atrakcyjnych i symbolicznych, zwłaszcza że niejednokrotnie można znaleźć informacje o atrofii lub kryzysie centrum miasta. Jałowiecki i Szczepański zwracają uwagę na utratę znaczenia centrum wskutek specyfiki kształtowania przestrzeni miast Polski, charakterystycznej dla peryferyjnego kapitalizmu (do 1939 roku), a później realnego socjalizmu<sup>8</sup>. Centrum dalej traciło na znaczeniu, według tych autorów, po przełomie roku 1989, wraz z powstawaniem dużych centrów handlowych<sup>9</sup>. Tradycyjną rolę centrum, jako przestrzeni spotkań, wymiany myśli, zaczęła też przejmować przestrzeń wirtualna. To właśnie tam szukać można współczesnej, ponowoczesnej miejskiej agory<sup>10</sup>. Uwagi te pokazują, że centrum miasta wydaje się przestrzenią pogrążoną w kryzysie.

<sup>4</sup> L. Dyczewski: *Kultura polska w procesie przemian*. Lublin 1995, s. 239.

<sup>5</sup> Ch. Landry: *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*. London 2000, s. 120.

<sup>6</sup> A. Wallis: *Informacja i gwar*. Warszawa 1979, s. 19.

<sup>7</sup> Ibidem, s. 11–17.

<sup>8</sup> B. Jałowiecki, M.S. Szczepański: *Miasto i przestrzeń...*, s. 384.

<sup>9</sup> Ibidem, s. 385.

<sup>10</sup> E. Rewers: *Post-polis. Wstęp do filozofii miasta ponowoczesnego*. Kraków 2005, s. 7.

Takie sformułowania wywołują jednak chęć zarówno empirycznej weryfikacji tez dotyczących centrum, jak i zapytania o rolę centrum w konkretnych miastach. Może jednak nie wszędzie centrum pogrążone jest w kryzysie i nie we wszystkich miastach przenosi się do przestrzeni wirtualnych. Pytanie o postrzeganie centrum miasta przez mieszkańców stało się podstawą badań przeprowadzonych w pięciu górnośląskich miastach: Bytomiu, Katowicach, Rudzie Śląskiej, Rybniku i Tychach<sup>11</sup>.

Wybór badanych miast był celowy. Przygotowując badania, zdecydowano się na dwa podstawowe kryteria doboru miast. Pierwszym z nich było występowanie w mieście lub brak klasycznego centrum z rynkiem jako symbolicznym środkiem miasta. Jako drugie kryterium wzięto pod uwagę wskaźnik jakości życia w mieście. Wykorzystano tu jeden z rankingów oceniających poziom życia w polskich miastach (ranking tygodnika „Polityka” z 2004 roku)<sup>12</sup>. Celowo też ograniczono się do miast górnośląskich. Zdecydowało o tym podobieństwo problemów, z jakimi zmagają się te miasta, a także podobny proces urbanizacji epoki przemysłowej. Warto zatem przedstawić skrótową charakterystykę wybranych do badań miast, z uwzględnieniem tych cech, które stanowiły kryterium ich doboru do badań.

**Rybnik** (141,8 tys. mieszkańców w 2004 roku) – miasto o tradycyjnym układzie centralnym, z odnowionym i dobrze zagospodarowanym rynkiem. Rybnik, wedle różnych rankingów, należy do najlepiej rozwijających się polskich miast. W rankingu „Polityki” zajął 18. miejsce;

**Katowice** (319,9 tys. mieszkańców w 2004 roku) – miasto z tradycyjnym, ale niefunkcjonującym właściwie układem centralnym. Próba „ożywienia miasta” stało się wybudowanie na terenach pokopalnianych największego w południowej Polsce centrum handlowego – Silesia City Center. Katowice, wedle różnych rankingów, należą do najlepiej rozwijających się polskich miast. W rankingu „Polityki” zajęły 12. miejsce;

**Bytom** (189,5 tys. mieszkańców w 2004 roku) – miasto z tradycyjnym obszarem centralnym. Bytom należy do najsłabiej rozwijających się miast śląskich. W rankingu „Polityki” zajął 64. miejsce na 66 miast.

**Ruda Śląska** (147,4 tys. mieszkańców w 2004 roku) – miasto powstałe w 1959 roku z połączenia miast Nowy Bytom i Ruda, które z kolei utworzono w 1950 roku z osad robotniczych na tym obszarze. Nie ma obszaru centralnego, chociaż w zamierzeniu jego funkcje miał przejąć budynek Ruda Śląska Plaza. W rankingu „Polityki” zajęła 61. miejsce na 66 miast.

<sup>11</sup> Współautorem badań był dr Tomasz Nawrocki z Instytutu Socjologii Uniwersytetu Śląskiego. Badania prowadzono w ramach praktyk studenckich w lipcu 2006 roku. W poszczególnych miastach uzyskano następującą liczbę wywiadów kwestionariuszowych: Bytom 361, Katowice 339, Ruda Śląska 361, Rybnik 340, Tychy 324. W sumie przeprowadzono 1725 wywiadów. W każdym z miast próbę reprezentatywną dobrano kwotowo.

<sup>12</sup> A. Grzeszak: *Gdzie się żyje najlepiej. Ranking miast „Polityki”*. „Polityka” 2004, nr 26, s. 3–10.

**Tychy** (131,5 tys. mieszkańców w 2004 roku) – w mieście nie ma układu centralnego, chociaż podjęto próbę jego uporządkowania. Miasto o przeciętnych warunkach życia. W rankingu „Polityki” zajęło 33. miejsce na 66 miast.

Taki dobór miast pozwolił na interesujące analizy porównawcze. W niniejszym artykule takiej analizie poddano tylko jeden z kilku istotnych obszarów owych badań, czyli repertuar miejsc i obiektów charakterystycznych, atrakcyjnych i nieatrakcyjnych w centrach badanych miast i zarazem mających odzwierciedlenie w społecznej percepcji mieszkańców.

Tabela 1

**Miejsca charakterystyczne w centrach badanych miast w opinii respondentów**

Miasto	Miejsce	Procent
Bytom n – 361	kościóły	26,6
	rynek	26,1
	atrakcyjne fragmenty zabudowy	21,3
	plac Kościuszki	11,2
	ul. Dworcowa	11,2
Katowice n – 339	Spodek	56,9
	Teatr im. S. Wyspiańskiego	37,5
	DH Skarbek	32,2
	dworzec PKP	26,3
	DH Zenit	16,5
Ruda Śląska n – 361	kościół św. Pawła	38,4
	Urząd Miasta	37,3
	Plaza	14,4
	skwer Jana Pawła II	13,8
	wieżowiec w Nowym Bytomiu	13,3
Rybnik n – 340	Ratusz	38,7
	rynek	34,4
	bazylika pw. św. Antoniego	34,4
	fontanna na rynku	29,4
	Teatr Ziemi Rybnickiej	27,0
Tychy n – 324	DH AZ	23,3
	pomnik Walki i Pracy („Żyrafa”)	14,9
	Urząd Miasta	13,0
	hotel Tychy	12,4
	Paprocany	9,9

Tabela zawiera jedynie 5 najczęściej wymienianych przez respondentów miejsc.

Respondentów poproszono między innymi o wskazanie charakterystycznych miejsc i obiektów w centrach swych miast. Miejsca charakterystyczne tworzą swoisty wizerunek przestrzeni centralnej każdego miasta. Najczęściej to pewien stereotypowy obraz, za którego pośrednictwem postrzegane i znane jest całe miasto<sup>13</sup>.

<sup>13</sup> Por. A. Wallis: *Informacja...*, s. 102.

Z kolei w „świadomości poszczególnych jednostek, nawet tych, które intensywnie korzystają z centrum, jego krajobraz składa się z widoków najważniejszych arterii i placów oraz dziesiątków lub setek poszczególnych obiektów”<sup>14</sup>. Charakterystyczne obiekty i miejsca w badanych miastach ukazuje tabela 1.

W miastach z klasyczną strukturą przestrzenną (Rybnik i Bytom) miejscami najbardziej charakterystycznymi dla centrum są rynek i obiekty w jego najbliższej okolicy. W tej okolicy wyróżniają się kościoły. W takich centrach dalej więc istotne są przestrzenne elementy związane z długim trwaniem miasta<sup>15</sup>. Ten fakt nie może zaskakiwać. Centra tych miast, szczególnie Rybnika, spełniają właściwie definicję obszaru kulturowego według Aleksandra Wallisa. Warto też zwrócić uwagę, że miejsca wskazywane przez respondentów rybnickich: ratusz, rynek, bazylika i teatr to egzemplifikacja czterech sił, o których pisał Landry. Ponadto wszystkie te obiekty wskazała znaczna liczba respondentów (powyżej 25%), co świadczy o faktycznym znaczeniu tych obiektów dla rybniczian.

W Bytomiu z kolei zwraca uwagę obecność ulicy Dworcowej, jako miejsca charakterystycznego. To o tyle interesujące, że w innych miastach w pierwszej piątce wskazywanych obiektów i miejsc ulica się nie pojawiła. Szukając uzasadnienia tego faktu, można przypuszczać, że bytomska ulica Dworcowa jest charakterystyczna z powodu swej głównej funkcji jako ważnego miejsca wymiany (handlu) w mieście, a także łącznika dwóch istotnych bytomskich węzłów: dworców komunikacji kolejowej i autobusowej oraz placu Kościuszki, znajdującego się w sąsiedztwie rynku.

W Katowicach za miejsca charakterystyczne (oprócz Teatru im. Stanisława Wyspiańskiego) uznawano najczęściej obiekty powstałe w epoce realnego socjalizmu. Budzą one obecnie spore kontrowersje (wyjątkiem jest Hala Widowiskowo-Sportowa Spodek, od lat w wielu badaniach wskazywana jako wizytówka Katowic<sup>16</sup>). Szczególne spory wywołuje katowicki dworzec PKP, który dla jednych jest perełką architektury brutalistycznej, wartą wpisania do rejestru zabytków, a dla innych budynkiem, który należy bez sentymentów wyburzyć<sup>17</sup>. Podobne, choć mniej intensywne dyskusje toczą się o dwóch katowickich domach handlowych zlokalizowanych przy katowickim rynku, które w czasach realnego socjalizmu były jednymi z niewielu lepiej zaopatrzonych sklepów, choć narzekano wówczas na zbyt duży tłok i brak wentylacji<sup>18</sup>. Dziś, pomimo renowacji,

<sup>14</sup> Ibidem, s. 104.

<sup>15</sup> O koncepcji długiego trwania, autorstwa Fernanda Broudela, pisze m.in. M.S. Szczepański: *Pokusy nowoczesności. Polskie dylematy rozwojowe*. Katowice 1992, s. 16.

<sup>16</sup> Por. A. Bartoszek, L.A. Gruszczyński, M.S. Szczepański: *Miasto i mieszkanie w społecznej świadomości*. Katowice 1997, s. 33; B. Jałowiecki: *Człowiek w przestrzeni miasta*. Katowice 1980, s. 182.

<sup>17</sup> Dyskusja na temat dworca toczy się na łamach katowickiego dodatku do „Gazety Wyborczej”. Por. np. T. Małkowski: *Zburzenie dworca będzie przestępstwem*. <http://miasta.gazeta.pl/katowice/1,73757,4286242.html>; Idem: *Architekci bronią katowickiego dworca*. <http://miasta.gazeta.pl/katowice/1,73757,4096578.html>.

<sup>18</sup> Por. B. Jałowiecki: *Człowiek w przestrzeni...*, s. 163–165.



jaką przeszedł Skarbek, są to tylko jedne z wielu dużych obiektów handlowych w mieście.

Ze społecznej percepcji centrum Katowic znikają natomiast obiekty zarówno z pierwszych dekad istnienia miasta (np. kościół ewangelicki, odnowione kamienice lub Liceum im. Adama Mickiewicza), jak i nowe, nierzadko ciekawe realizacje architektoniczne. Takie obiekty wskazywało najwyżej kilka procent osób, np. najwyższy śląski budynek – biurowiec Altus, wymieniło 9,7% respondentów, a zlokalizowaną na obrzeżu centrum Bibliotekę Śląską – jedynie 1,5%. Można więc stwierdzić, że przestrzeń z epoki realnego socjalizmu utrwaliła się w świadomości katowiczán, przesłaniając sobą zarówno starsze elementy przestrzeni miejskiej, jak i nowsze realizacje. Być może owe nowe fragmenty zabudowy potrzebują jeszcze trochę czasu, aby utrwalić się w świadomości katowiczán.

Budowle z epoki realnego socjalizmu dominują też w Tychach, co nie dziwi, biorąc pod uwagę historię miasta, które w większości powstało po roku 1950. Dom Handlowy, Urząd Miasta, hotel i pomnik Walki i Pracy (nazywany przez mieszkańców ze względu na swoją formę „Żyrafa”) to miejsca charakterystyczne w centrum Tychów. Interesujący wydaje się fakt, że wymienione miejsca, znajdujące się w centrum, tylko w niewielkim stopniu są charakterystyczne dla całego miasta. W badaniach przeprowadzonych w Tychach w 2005 roku, na pierwszym miejscu wśród miejsc charakterystycznych dla całego miasta znalazły się wprawdzie Urząd Miasta i „Żyrafa”, ale respondenci wymieniali także browar, Piramidę (hotel i centrum rehabilitacyjno-terapeutyczne) czy najstarszy tyski kościół pw. św. Marii Magdaleny, pomijając najbardziej swoisty element centrum, czyli Dom Handlowy AZ<sup>19</sup>. Świadczy to o dziwnej sytuacji miasta, którego charakterystyczne – znaczące – obiekty usytuowane są poza centrum.

W Rudzie Śląskiej z kolei można mówić o eklektyzmie wskazywanych miejsc i obiektów typowych dla centrum tego miasta. Respondenci wskazywali bowiem zarówno neogotycki kościół, jak i położony naprzeciwko wieżowiec z wielkiej płyty, znajdujący się w dzielnicy Nowy Bytom. Wśród miejsc charakterystycznych znalazło się też centrum handlowe Plaza w dzielnicy Wirek. W Rudzie Śląskiej wyraźnie widać więc (potwierdzone też w innych zebranych materiałach) istnienie dwóch obszarów centralnych wyróżnionych przez miejsca związane z władzą i *sacrum* (w Nowym Bytomiu) oraz z handlem i rozrywką (Wirek).

Z krótkiej analizy wskazywanych miejsc i obiektów można wysnuć wniosek, że w sytuacji braku klasycznego układu urbanistycznego i nieuporządkowanego rozwoju miasta mamy do czynienia z chaosem w repertuarze miejsc i obiektów znaczących – charakterystycznych dla miasta. Taka sytuacja występuje w Tychach, Rudzie Śląskiej i Katowicach. Nawet jeśli stare fragmenty miast i centrum ulegają

<sup>19</sup> Por. K. Bierwiazonek: *Dynamika zmian przestrzeni centralnej miasta. Przypadek Tychów*. W: *Przemiany przestrzenne w dużych miastach Polski i Europy Środkowo-Wschodniej*. Red. M. Malikowski, S. Solecki. Kraków 2007, s. 128–129.

degradacji, tak jak w Bytomiu, to i tak przestrzeń ukształtowana według klasycznych wzorów i z klasyczną strukturą jest czytelniejsza, a repertuar obiektów znaczących bliższy ideałowi Landry'ego. Ideałowi, który w odniesieniu do badanych miast zrealizowany jest właściwie w Rybniku.

Tabela 2

**Miejsca atrakcyjne w badanych miastach w percepcji mieszkańców**

Miasto	Miejsce	Procent
Bytom n – 361	rynek	22,8
	parki	16,6
	opera	14,0
	miejsca kulturalno-rozrywkowe	12,6
	ładne budynki (w tym kamienice)	12,6
	brak takich miejsc	13,5
Katowice n – 339	Teatr im. Stanisława Wyspiańskiego	28,6
	Spodek	21,8
	ul. Stawowa	13,0
	Altus / Helios / Qubus	11,8
	puby / restauracje / kluby	5,9
	brak takich miejsc	17,7
Ruda Śląska n – 361	park	20,8
	Plaza	14,9
	skwery / plac Jana Pawła II	10,8
	kościół	13,7
	basen	10,5
	brak takich miejsc	15,5
Rybnik n – 340	rynek	52,7
	Teatr Ziemi Rybnickiej	19,3
	parki i skwery	11,1
	restauracje i knajpy na rynku	10,1
	bazylika św. Antoniego	8,4
	brak takich miejsc	0,0
Tychy n – 324	Paprocany	17,4
	City Point	12,6
	park miejski	8,8
	skwery i inne tereny zielone	7,6
	rynek w starych Tychach	6,9
	brak takich miejsc	18,6

Tabela zawiera jedynie 5 najczęściej wymienianych przez respondentów obiektów lub kategorii w każdym z miast.

Kolejne pytanie o istotne miejsca w przestrzeni centralnej dotyczyło miejsc atrakcyjnych. Centrum miasta, jako najważniejsza przestrzeń publiczna, powinno przyciągać, ułatwiać wzajemne zbliżenie między mieszkańcami<sup>20</sup>. Takie atrakcyjne miejsca w przestrzeni badanych miast ukazuje tabela 2.

<sup>20</sup> A. Bańka: *Spoleczna psychologia środowiskowa*. Warszawa 2002, s. 155.



Zanim zostaną omówione miejsca i obiekty atrakcyjne w centrach badanych miast, warto zwrócić uwagę, że według wielu respondentów (od 13,5% w Bytomiu do 18,6% w Tychach) w czterech miastach (z wyjątkiem Rybnika) brakuje takich obiektów i miejsc. Przytoczony odsetek odpowiedzi wydaje się niepokojący i świadczy o pewnym kryzysie centrum czterech miast, które stają się raczej przestrzenią ucieczkową<sup>21</sup>, a nie przyciągającą.

Centra jednak mogą być atrakcyjne i mogą przyciągać, o czym świadczy przykład Rybnika. Nikt z rybnickich respondentów nie stwierdził, że w centrum nie ma interesujących miejsc. Dla rybniczian rynek jest miejscem atrakcyjnym samym w sobie. To tu można bowiem bez umawiania spotkać znajomych czy miło spędzić czas w okołorynkowych pubach lub restauracjach. Sądząc z niesystematycznych obserwacji centrum Rybnika, nawet otwarcie dwóch centrów handlowych w jego pobliżu nie obniży rangi roli rynku jako najważniejszej i najatrakcyjniejszej przestrzeni publicznej w mieście.

Samo posiadanie rynku nie zapewnia miastu atrakcyjnych przestrzeni publicznych, o czym świadczy przykład Bytomia. Wprawdzie bytomski rynek pozytywnie wyróżnia się spośród innych miejsc w centrum tego miasta, ale jego otoczenie, a także bardzo zróżnicowana zabudowa (obok pięknych kamienic znajduje się też np. blaszany pawilon z lat siedemdziesiątych XX wieku) powodują, że jest on zdecydowanie mniej atrakcyjną przestrzenią niż jego rybnicki odpowiednik. Doskonale dowodzi tego liczba mieszkańców tych miast wskazujących rynki jako miejsca atrakcyjne.

We wszystkich miastach można zauważyć, że wśród miejsc i obiektów atrakcyjnych dominują te związane z konsumpcją czasu wolnego. Respondenci stosunkowo często wymieniali miejsca związane z kulturą wyższą (teatry i operę). Wydaje się jednak, że ich wybór wynikał z chęci udzielenia poprawnej odpowiedzi, bo – jak pokazują dane sondażowe – jedynie 1% Polaków przyznaje, że w czasie wolnym chodzi do kina lub teatru<sup>22</sup>, a deklaracje o przynajmniej jednokrotnej wizycie w teatrze w roku składa około 10% Polaków<sup>23</sup>. Wspomniany wybór to prawdopodobnie jedynie kwestia świadomości, że teatr i opera to miejsca atrakcyjne, a nie odzwierciedlenie rzeczywistej praktyki odwiedzania tych miejsc<sup>24</sup>. Są to też jednak miejsca wyraźnie wizualnie wyróżniające się w przestrzeni miasta, stąd też ich wskazania.

Kolejnym często wskazywanym rodzajem miejsc są parki i skwery, dające wytchnienie od miejskiego zgiełku. Co ciekawe, parki, o których mówili respondenci,

<sup>21</sup> Ibidem, s. 155.

<sup>22</sup> *Co Polacy robią w czasie wolnym. Komunikat z badań CBOS, sierpień 2006.* Oprac. J. Lewandowska: [http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2006/K\\_124\\_06.PDF](http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2006/K_124_06.PDF).

<sup>23</sup> *Uczestnictwo w kulturze i niektóre inne sposoby spędzania czasu wolnego w 2003 roku. Komunikat z badań CBOS, luty 2004.* Oprac. M. Wenzel: [http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2004/K\\_020\\_04.PDF](http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2004/K_020_04.PDF).

<sup>24</sup> W relacjonowanych badaniach, przeprowadzonych w Bytomiu, na pytanie o miejsca najczęściej odwiedzane w centrum, operę wymieniło 4 respondentów, a więc 1,2%.

nierzadko znajdują się poza przestrzenią centrum. W tym wypadku można mówić o rozciąganiu się obszaru centrum w percepcji społecznej lub po prostu o braku konsekwencji respondentów. Szczególnym przykładem są tyskie Paprocany – ośrodek rekreacyjny nad jeziorem, leżący na peryferiach miasta – wskazała je największa liczba respondentów jako miejsce atrakcyjne w centrum. Taka odpowiedź wzmacnia wrażenie, że tyskie centrum spełnia jedynie instrumentalną funkcję handlowo-usługową (tak przynajmniej wynika z innych, uzyskanych w badaniach, danych) i nie ma miejsc atrakcyjnych. Takie miejsca w mieście są, np. Paprocany, ale poza centrum.

Należy zwrócić uwagę, że kilkanaście procent respondentów w Tychach i Rudzie Śląskiej uznało nowe galerie handlowe<sup>25</sup> za miejsca atrakcyjne. Choć zarówno rudzka Plaza, jak i tyski City Point nie są miejscami na skalę Złotych Tarasów w Warszawie czy Silesii City Center w Katowicach, to mimo wszystko stanowią miejsca stosunkowo często wskazywane jako atrakcyjne w centrach tych miast. Zapewne rybnickie galerie handlowe Focus i Plaza, otwarte w ostatnich miesiącach (już po zakończeniu badań), również staną się miejscami atrakcyjnymi dla rybniczian. Otwarte pozostaje pytanie, czy w mieście o dobrze rozwiniętym klasycznym centrum obiekty te staną się ważniejsze niż galeria tyska i rudzka, funkcjonujące w miastach bez klasycznego centrum.

W ankietach zadano także pytanie o miejsca najmniej atrakcyjne w centrach miast. Repertuar tych miejsc okazał się bardzo zindywidualizowany. Respondenci wskazywali często niewielkie, konkretne miejsca (jak np. określoną kamienicę, niewielką uliczkę czy zaułek), stąd niewiele wniosłaby tabelaryczna prezentacja uzyskanych odpowiedzi. Generalnie jednak we wszystkich miastach wskazać można dwie najistotniejsze kategorie miejsc nieatrakcyjnych: dworce kolejowe (rzadziej autobusowe) oraz zaniedbane fragmenty centrum – ciemne zaułki, odrapane kamienice. Są to też te miejsca, które respondenci wskazywali jako niebezpieczne. Wydaje się zatem, że poczucie bezpieczeństwa wpływa na percepcję danej przestrzeni jako miejsca atrakcyjnego.

W kontekście miejsc nieatrakcyjnych, wstydlivych warto zauważyć, że w Katowicach na drugim miejscu (po dworcu PKP – 55,2% wskazań) wymieniono rynek (12,4% wskazań) – rzecz absolutnie nie do pomyślenia w Rybniku. W Rybniku z kolei aż 23,1% respondentów stwierdziło, że w centrum nie ma miejsc nieatrakcyjnych. Także w Tychach 16,4% respondentów takich miejsc nie dostrzegło. W tym kontekście o tyskim centrum można powiedzieć, że jest nijakie lub „znijaczone”<sup>26</sup>

<sup>25</sup> Wykorzystano tu nazewnictwo centrów handlowych, które zaproponowała Kaja Bejnarowicz. K. Bejnarowicz: *Centrum handlowe nowej generacji jako nowe centrum miasta*. W: *Socjologia miasta – nowe dziedziny badań*. Red. A. Majer. Łódź 2007, s. 158–159.

<sup>26</sup> Termin „znijaczenie” można znaleźć w interpretacjach teorii miejsca, autorstwa np. Hanny Libury i Zbigniewa Rykła. Por. H. Libura: *Percepcja przestrzeni miasta*. Warszawa 1990, s. 75; Z. Rykiel: *Miasto jako miejsce a przemiany jego architektury, symboliki i świadomości terytorialnej mieszkańców*. W: *Przemiany miasta. Wokół socjologii Aleksandra Wallisa*. Red. B. Jałowiecki, A. Majer, M.S. Szczepański. Warszawa 2005, s. 68–69.

— u wielu mieszkańców nie wzbudza ani pozytywnych, ani negatywnych odczuć gdyż brak w nim zarówno przestrzeni atrakcyjnych, jak i nieatrakcyjnych.

Zaprezentowane dane skłaniają do refleksji nad repertuarem miejsc i obiektów znaczących dla centrów polskich, a w odniesieniu do relacjonowanych badań — śląskich miast. Jak pokazują badania (także te prowadzone w innych miastach<sup>27</sup>), ów repertuar nazwać można klasycznym i stereotypowym. Dominują w nim obiekty związane ze sferą *sacrum* (kościół) i władzy (ratusz, urząd miejski). Symboliczny środek wyznacza rynek, w tych miastach, które go mają. W takich miejscowościach rynek i jego najbliższe otoczenie w naturalny sposób postrzegane jest jako centrum. Oczywiście, rynek może w większym (jak np. w Rybniku) lub mniejszym (jak np. w Bytomiu) stopniu być przestrzenią znaczącą i atrakcyjną. Zależy to głównie od jego estetyki, nasycenia wartościami kulturowymi i funkcjonalności.

W miastach z długą historią klasycznego centrum trzeba pamiętać o jeszcze co najmniej dwóch zmiennych, wpływających na percepcję centrum. Pierwszą zmienną stanowi znaczenie turystyczne danego miasta. Jeśli jest ono duże, to nierzadko rynek, najważniejszy plac czy całe centrum może stać się przestrzenią zawłaszczaną przez gości i turystów, wypychających z niej mieszkańców miasta, dla których rynek i jego otoczenie przestaje odgrywać rolę centrum. Dzieje się tak w Wenecji<sup>28</sup>, ale też w innych miastach, np. w Krakowie. W takich natomiast miastach, jak Rybnik i Bytom, inwazji turystycznej nie ma, i rynek nadal pełni funkcję wallisowskiego obszaru kulturowego. Drugą zmienną jest skala miasta — małe i średnie mogą jeszcze mieć jedno wielofunkcyjne centrum z całym repertuarem obiektów charakterystycznych. W miastach dużych i metropoliach właściwie jest to już niemożliwe i należałoby mówić o wielu centrach: biznesu, handlu i rozrywki<sup>29</sup>, a zarazem o rozproszeniu miejsc znaczących w przestrzeni.

Bardziej skomplikowana jest kwestia percepcji i zarazem samego istnienia centralnej przestrzeni w miastach bez klasycznej struktury przestrzennej. Jak pokazuje przykład Tychów i Rudy Śląskiej, mieszkańcy lokują obszar centrum w różnych granicach, a choć miejsca i obiekty charakterystyczne zaliczają do tych samych kategorii co w miastach o klasycznej strukturze przestrzennej, to jednak, po pierwsze, zupełnie inna jest jakość tych miejsc, a po drugie — w społecznej percepcji ważne miejsce zajmują obiekty z innych kategorii, jak np. wieżowiec w Rudzie Śląskiej.

Nie wszędzie centra miast są zatem funkcjonalne, estetyczne, nasycone symboliką i nie zawsze stanowią obszar kulturowy. Z taką sytuacją mamy do czynienia

<sup>27</sup> Oprócz prac wcześniej cytowanych warto zwrócić uwagę na inne teksty z ostatnich lat, np.: J. Załęcki: *Przestrzeń społeczna Gdańska w świadomości jego mieszkańców. Studium socjologiczne*. Gdańsk 2003; B. Jałowiecki: *Społeczna przestrzeń metropolii*. Warszawa 2000; E. Szkurłat: *Więzi terytorialne młodzieży z miastem. Uwarunkowania. Przemiany*. Łódź 2004.

<sup>28</sup> Por. A. Wallis: *Informacja...*, s. 17.

<sup>29</sup> Por. B. Jałowiecki: *Globalny świat metropolii*. Warszawa 2007, s. 64–65, 75–81.

np. w Rudzie Śląskiej, Tychach i Katowicach. Nie znaczy to jednak, że centra takie nie mogą zmienić wizerunku i swej roli na lepsze, zwłaszcza że są to obszary niezbędne dla funkcjonowania miast o takiej skali. Można jednak także wskazać takie centra, które nadal stanowią o charakterze całego miasta, zarówno w wymiarze symbolicznym, jak i funkcjonalnym. Tak jest np. w Rybniku. Współistniejące wówczas na niewielkim obszarze takie obiekty, jak stara bazylika, ratusz i nowe galerie handlowe, nie kontrastują ze sobą, ale tworzą interesującą całość najważniejszej dla mieszkańców przestrzeni publicznej.

**Between the shopping arcade, town hall and basilica  
Characteristic places  
of Silesian city centres in the social perception**

Summary

The centre can be considered one of the most universal categories in human thought. In the context of the city one can say that the centre is one of the spacious archetypes. In European cities of a long duration, centres have been determined by market squares, being economically and symbolically significant, as well as connected with power. Among those who paid attention to it were Aleksander Wallis, Bohdan Jałowiecki, Charles Landry, Leon Dyczewski, whose conceptions constitute a theoretical basis of this article.

The empirical part of the text presents selected findings of sociological studies conducted in five Silesian cities, both those having a traditional central space with the market square (Rybnik, Bytom) and the ones which do not have such a centre (Tychy, Ruda Śląska). The attention was focused on those elements of the centre which in a social perception are regarded to be important. The studies show that the repertoire of places important in the centre of various cities is very similar. What dominates are places connected with the sacred, power and new spaces of the *sacred* and entertainment. What differs, however, is the quality of these places.

Market squares still play an important part in the social perception. The market square and its closest surroundings in Rybnik are an example of a cultural area in the sense given to it by Aleksander Wallis. The cities which do not have market squares, on the other hand, are clearly deprived of attractive public spaces.

**Zwischen einem Einkaufszentrum, einem Rathaus und einer Basilika  
Charakteristische Orte  
in schlesischen Stadtzentren nach öffentlicher Meinung**

Zusammenfassung

Ein Zentrum ist eine der universellsten Kategorien des menschlichen Denkens. In Bezug auf eine Stadt kann man sagen, dass das Zentrum einer der Raumarchetypen ist. In alten europäischen Städten war ein Marktplatz der zentrale Teil, der eine symbolische, mit dem Geschäft und mit der Macht verbundene Bedeutung hatte. Das haben u. a. Aleksander Wallis, Bohdan Jałowiecki, Charles Landry und Leon Dyczewski betont, deren Konzepte zur Grundlage des vorliegenden Artikels wurden.

Im empirischen Teil des Artikels werden ausgewählte Ergebnisse der soziologischen Untersuchungen gezeigt, welche in fünf schlesischen Städten, den mit traditionellem Zentralraum (Rybnik, Bytom) und den ohne einen solchen Zentralteil (Tychy, Ruda Śląska) durchgeführt wurden. Man konzentrierte sich auf solche Elemente des Zentrums, die von den Einwohnern als bedeutend betrachtet wurden. Aus den Untersuchungen geht hervor, dass solche bedeutende Orte im Zentrum in allen Städten zwar sehr ähnlich sind (den religiösen Zwecken dienende Bauwerke, neue Einkaufs- und Unterhaltungsflächen) doch ihre Bedeutung für bestimmte Städte ist sehr unterschiedlich.

Der öffentlichen Meinung nach spielen die Marktplätze die wichtigste Rolle in einer Stadt. In Rybnik sind der Marktplatz und dessen Umgebung ein Beispiel für einen solchen Kulturraum, wie es Aleksander Wallis gemeint hat. In den Städten dagegen, welche über keinen Marktplatz verfügen, fehlt es deutlich an zugkräftigen öffentlichen Bereichen.